

LÝ LỊCH KHOA HỌC

I. LÝ LỊCH SƠ LƯỢC

Họ và tên: Ngô Thị Thu

Giới tính: Nữ

Ngày, tháng, năm sinh: 05/03/1962

Nơi sinh: Tây Sơn , Bình Định

Quê quán: Xã Vinh Lộc, Thừa Thiên – Huế. Dân tộc: Kinh

Dân tộc: Kinh

Học vị cao nhất: Tiến sĩ

Năm, nước nhận học vị: 2006, Việt Nam

Chức danh khoa học cao nhất:

Năm bổ nhiệm:

Chức vụ hiện tại: Giảng viên

Đơn vị công tác: Khoa Marketing, trường ĐH Tài chính – Marketing

Chỗ ở riêng hoặc địa chỉ liên lạc: 100/52/5 Thích Quảng Đức, P.5, Q. Phú Nhuận

Điện thoại liên hệ: 0903143336 (Số di động)

Email: ngothungo@yahoo.com.vn

II. QUÁ TRÌNH ĐÀO TẠO

1. Đại học:

Hệ đào tạo: Chính qui

Nơi đào tạo: Đại học Kinh tế, TP. Hồ Chí Minh

Ngành học: Chuyên ngành Vật giá, Ngành Kế hoạch

Nước đào tạo: Việt Nam

Năm tốt nghiệp: 1985

2. Sau đại học

- Thạc sĩ chuyên ngành: Kinh tế phát triển Năm cấp bằng: 1997

Nơi đào tạo: Trường Đại học kinh tế TP. HCM liên kết với viện Hague – Hà Lan

- Tiến sĩ chuyên ngành: Quản trị kinh doanh

Năm cấp bằng: 2006

Nơi đào tạo: Đại học Kinh tế TP. HCM

- Tên chuyên đề luận án bậc cao nhất: Chiến lược sản phẩm da giày xuất khẩu của các doanh nghiệp tại thành phố Hồ Chí Minh đến năm 2010.

3. Ngoại ngữ: 1. Anh

Mức độ sử dụng: Có thể giao tiếp

2.

Mức độ sử dụng:

III. QUÁ TRÌNH CÔNG TÁC CHUYÊN MÔN

Thời gian	Vị trí công tác	Cơ quan công tác	Địa chỉ cơ quan
- 1986 2006 - 2006 - 2009 - 2010 – 2017 - 2017 -2022	Giảng viên cơ hữu Phó Khoa Marketing Trưởng Khoa Marketing Giảng viên cơ hữu	Trường Đại học Tài chính - Marketing	778 Nguyễn Kiệm, p4, Q. Phú Nhuận

IV. QUÁ TRÌNH NGHIÊN CỨU KHOA HỌC

1. Các đề tài nghiên cứu khoa học đã và đang tham gia:

TT	Tên đề tài nghiên cứu	Năm bắt đầu/Năm hoàn thành	Đề tài cấp (NN, Bộ, ngành, trường)	Trách nhiệm tham gia trong đề tài
1	Tác động của tính đổi mới đến ý định mua sản phẩm mới của người tiêu dùng tại Tp. HCM – nghiên cứu trường hợp sản phẩm điện tử cá nhân”	2018 - 2020	Cấp trường	Thành viên
	Giáo trình Quản trị thương hiệu	2018 -2019	Cấp trường	Chủ biên
2	Giáo trình Quản trị sản phẩm	2018	Cấp trường	Chủ biên
	Giáo trình Quản trị marketing	2017	Cấp trường	Chủ biên
3	Xây dựng Ngân hàng đề thi trắc nghiệm môn Hành vi người tiêu dùng	2016	Cấp trường	Chủ biên
4	Xây dựng ngân hàng đề thi trắc nghiệm môn Nguyên lý marketing	2015	Cấp trường	Chủ nhiệm đề tài
5	Giáo trình Marketing dịch vụ	2012	Cấp trường	Chủ biên

2. Các công trình khoa học đã công bố:

TT	Tên công trình	Năm công bố	Tên tạp chí
	Ảnh hưởng của giá trị tiêu dùng đến ý định chấp nhận sản phẩm mới: Nghiên cứu nhóm sản phẩm điện tử cá nhân tại thị trường Thành phố Hồ Chí Minh (Đồng tác giả)	2020	tạp chí Nghiên cứu Tài chính – Marketing (ĐH Tài chính - Marketing)
	Tính đổi mới và ý định mua sản phẩm mới: Kết quả nghiên cứu nhóm sản phẩm điện tử cá nhân tại thị trường Thành phố Hồ Chí Minh (Đồng tác giả)	2020	tạp chí Nghiên cứu Tài chính – Marketing (ĐH Tài chính - Marketing)
	Xây dựng thương hiệu trên phương tiện truyền thông kỹ thuật số	2019	Kỷ yếu Hội thảo cấp trường, XB 2019
	Yếu tố ảnh hưởng đến quyết định chọn mua bếp điện từ tại hệ thống siêu thị tại thành phố Hồ Chí Minh	2017	Tạp chí Khoa học – Kinh tế (ĐH Đà Nẵng)

TP. HCM, ngày 25 tháng 12 năm 2021

Người khai ký tên

(Ghi rõ chức danh, học vị)
TS Ngô Thị Thu